

УДК 378

*В. В. Демидко*

*старший преподаватель кафедры общей  
и профессиональной педагогики*

*УО «Республиканский институт профессионального образования»*

## **ВИДЕО ТИКТОК КАК НОВЫЙ ФОРМАТ ОБУЧАЮЩЕГО ВИДЕО**

*В статье охарактеризованы основные особенности приложения TikTok, а также особенности использования данного приложения в образовательном процессе. Приведены примеры использования приложения TikTok в обучении. Описаны изменения коммуникации в сети Интернет от «ЖЖ» к TikTok. Охарактеризованы возможности создания обучающего видео для TikTok.*

*V. V. Dziamidko*

*Video TikTok as a new format of videos for education*

*TikTok is the destination for short-form mobile videos. It was created in 2017. And today it is a popular application among young people aged 16–24. Average users spend about 52 minutes per day on TikTok. Herbert Marshall McLuhan, media theorist, wrote «the medium is the message». And the TikTok is changing communication on the Internet today. In LJ, users wrote long texts (LJ is a blog platform that was popular in Runet in the 2000s), then texts on social networks are shorter, images have appeared (memes, demotivators and etc). With the advent of TikTok static images massively become dynamic (from photo to video). The video in the TikTok has its own characteristics. And the main feature is a short and very dynamic video. Today there is a hash tag #EduTok. And today, teachers should try to use TikTok in the learning process. In the TikTok teachers can do mini video tutorials. TikTok video is also good using for remembering new rules or foreign words.*

TikTok — это приложение, предоставляющее возможность всем его пользователям создавать короткие видеоролики и делиться этими видеороликами с другими пользователями данного приложения. Приложение TikTok было создано китайской компанией ByteDance в 2017 году. На сегодняшний день представительства TikTok находятся в Лос-Анджелесе, Нью-Йорке, Лондоне, Париже, Берлине, Дубае, Мумбаи, Джакарте, Сеуле и Токио. В самом Китае TikTok известен как «Доуинь». «Доуинь» — это версия TikTok для внутреннего китайского Интернета. Согласно действующим в Китае цензурным ограничениям TikTok и «Доуинь», хоть и являются по своей сути одним и тем же приложением, работают на отдельных серверах.

В течение двух лет с даты своего основания в 2017 году приложение TikTok стало популярным во всем мире. Так, по данным за 2019 год «за два года TikTok вышел на рынки 155 стран, а осенью 2018-го даже стал самым скачи-

ваемым приложением в США» [1]. Есть свои особенности и у аудитории TikTok — это в основном школьники старших классов и студенты. Отмечается, что «процент пользователей TikTok в возрасте от 16 до 24 лет феноменален — 42 %» [1]. При этом «среди этих пользователей TikTok 90 % говорят, что используют приложение ежедневно» [2]. Высока и вовлеченность пользователей. Так, по данным за июль 2018 года, «пользователи TikTok тратят на приложение в среднем 52 минуты в день» [3]. В России, по данным за 2019 год, «пользователи просматривали 16,25 млрд и размещали 20,83 млн видео; делились 23 млн и ставили лайки 1,62 млрд видео» [4].

Как писал теоретик медиа М. Маклюэн в своей работе «Понимание Медиа: внешние расширения человека», «медиа — это и есть сообщение» [5]. То есть сами медиа, как посредники, как средства передачи информации, как средства передачи того или иного сообщения от одного пользователя к другому, накладывают свой отпечаток на передаваемое ими сообщение. Как в свое время, например, Instagram, так и в данный момент TikTok создает новую стилистику подачи информации или же передачи сообщений от одного пользователя к другому. Также М. Маклюэн отмечал, что «каждый новый медиум изменяет физические и социальные координаты существования человека, стремясь преодолеть границы и предшествующие стандарты культуры» [5]. Так, М. Маклюэн выстраивал следующую цепочку последовательности медиумов (посредников) — устная речь, письменная речь, колесо и дороги, числа, одежда и так далее. От самого простого — устная речь — к фотографии, печатной прессе, рекламе, радио и телевидению. Причем, согласно М. Маклюэну, медиа свойственна гибридизация, то есть появление на основе двух уже существующих медиа нового. Например, таким гибридом является кинематограф. «Гибрид или сочетание двух медиа есть момент истины и откровения, рождающий новые формы...», — писал М. Маклюэн [5]. Он отмечал и усиление коммуникативной функции при переходе от одного медиа к другому, например, от романа к кино.

Следовательно, приложение TikTok на своем локальном уровне также является изменением в коммуникации, в данном случае в сети Интернет. Так, например, во времена «ЖЖ» (LiveJournal) коммуникация осуществлялась преимущественно через текст, как текст самих постов (записей), так и комментариев к ним. «ЖЖ» (LiveJournal) — это блог-платформа, популярная в Рунете в 2000-е годы. В 2007 году аналитическое издание «РБК daily» писало: «Всемирно известный блог-портал «Живой журнал» в России вообще стал настоящим феноменом. Из серии личных дневников он превратился в целую социальную и интеллектуальную среду, которая затрагивает очень обширные сферы интере-

сов людей. Кроме того, на данный момент это ещё и одно из самых быстрых и читаемых средств массовой информации. По нашим данным, ежемесячно ЖЖ читают около 9 млн человек при полутора миллионах зарегистрированных пользователей» [6].

С появлением социальных сетей (Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассники») большие тексты, которые свойственны были «ЖЖ», становятся все более короткими, в социальных сетях начинает преобладать визуальная подача информации — фотографии, демотиваторы, картинки-мемы. Instagram, приложение, которое появилось в 2010 году, также визуально, однако фотографии — это все еще статичное изображение. А вот TikTok — это уже динамическое изображение (видео).

Стоит отметить, что по характеру воздействия медиа на аудиторию, взаимодействующую с данными медиа, М. Маклюэн выделял «горячие» и «холодные» медиа. Особенность «холодных» медиа — это низкая наполненность данными, но при этом высокая степень участия аудитории (взаимодействия аудитории с данными медиа), так как ей приходится самостоятельно «дистраивать» недостающее. Особенность же «горячих» медиа — высокая наполненность данными, однако при этом меньшее взаимодействие с аудиторией. Так, например, лекция — это «горячие» медиа, а вот семинар — «холодные». Относительно TikTok можно предположить, что данное приложение является «холодным» медиа, так как оно насыщено данными, однако взаимодействие аудитории с данным приложением ограничено лишь возможностью поставить «лайк» или же написать небольшой комментарий.

Следовательно, используя приложение TikTok в учебных целях, следует помнить о том, что оно близко по своим функциям к лекции (видеолекции), но никоим образом не к семинару. Исходя из своих особенностей, приложение TikTok подходит для фронтальной, но не для коллективной (групповой) формы обучения. Например, при помощи TikTok можно организовать работу по изучению нового материала как в виде мини-видеолекций и мини-видеоуроков, так и в виде небольших видео, нацеленных на запоминание новых слов или правил. Например, изучение и запоминание новых английских слов через песни, оформленное в виде коротких видео на TikTok.

Особенности приложения TikTok:

- короткие видео (от 15 до 60 секунд);
- возможность добавлять в качестве звуковой дорожки к видео известные мелодии или цитаты из фильмов, выступлений комиков и т. д.;
- возможность добавлять в видео небольшие текстовые вставки (одно-два-три слова или фразы);

– повышенная динамичность видео (действия в кадре или сами кадры чередуются достаточно быстро).

Как видно из выше перечисленного TikTok не случайно сравнивают с гипножабой. Гипножаба — это персонаж из мультфильма «Футурама», который способен гипнотизировать зрителей взглядом и странным звуком.

В июне 2019 года в приложении TikTok появился хэш-тег #EduTok. И TikTok также начал сотрудничество с ведущими образовательными технологическими компаниями, такими как Vedantu, Vidya Guru, Hello English, SETKing и Testbook, для поощрения создания образовательного контента [7]. Но также и сами преподаватели пробуют работать в TikTok, создавая короткие обучающие видео в новом формате. Например, уже сегодня в TikTok можно найти обучающие видео по иностранным языкам (английский язык, корейский язык), по рисованию и т. д.

Большим плюсом TikTok является выдача всех новых видео, в том числе от новых пользователей, в общую ленту рекомендаций. Если в социальных сетях вы просматриваете видео от тех людей, на которых вы подписаны, то в TikTok вы можете смотреть видео как от тех людей, на которых вы подписались, так и видеорекомендации по вашему региону в целом.

Таким образом, на сегодняшний день TikTok является новой молодежной быстроразвивающейся платформой, потенциал которой уже сегодня оценили маркетологи. И преподавателям, возможно, также стоит обратить свое внимание на данное приложение как новый формат использования видео в учебном процессе.

1. Время TikTok [Электронный ресурс] // Журнал Большой. 2019. URL: [https://bolshoi.by/world/vremya-tiktok/?fbclid=IwAR0XJAKLvJAXPacSqDHtzC2eAURIh4ZDNS\\_Qjftm7kOO4qAXjK1J8XxZI3c](https://bolshoi.by/world/vremya-tiktok/?fbclid=IwAR0XJAKLvJAXPacSqDHtzC2eAURIh4ZDNS_Qjftm7kOO4qAXjK1J8XxZI3c) (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

2. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Г. Николаева. М. : Гиперборея ; Кучково поле, 2007. 464 с. [Вернуться к статье](#)

3. TikTok раскрыл данные по просмотрам в России [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/news/tiktok-video> (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

4. Царегородцева И. ЖЖ и «Одноклассники» заменяют семью // РБК daily [Электронный ресурс]. 2007. URL: <https://web.archive.org/web/20080116032109/http://www.rbcdaily.ru/2007/12/27/focus/311704> (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

5. 10 TikTok Statistics That You Need to Know in 2020 [Электронный ресурс] // Oberlo. 2019. URL: <https://www.oberlo.com/blog/tiktok-statistics> (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

6. 20 TikTok Stats for Marketers: TikTok Demographics, Statistics, & Key Data [Электронный ресурс] // Mediakix. 2019. URL: <https://mediakix.com/blog/top-tik-tok-statistics-demographics> (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)

7. TikTok ties up with edtech startups for content creation — ETtech [Электронный ресурс] // ETtech.com. 2020. URL: <https://tech.economictimes.indiatimes.com/news/internet/tiktok-ties-up-with-edtech-startups-for-content-creation/70991509> (дата обращения: 09.04.2020). [Вернуться к статье](#)